

2008-2010年中国连锁超市 业调研及投资咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2008-2010年中国连锁超市业调研及投资咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/A718941M61.html>

报告价格：纸质版：6500元 电子版：6500元 纸质+电子版：6800元

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

[b]2008-2010年中国连锁超市业调研及投资咨询报告 内容介绍：[/b]

2008年连锁超市业在通货膨胀中稳定增长，销售增长速度明显高于2007年，可见通胀并没有阻碍超市企业的崛起与发展。统计数据显示，2008年上半年零售业整体仍保持快速增长，千家核心商业企业上半年累计同比增长20.1%，仍处于较高的增长速度，高于2007年同期3.4个百分点。零售业上市公司2008年1季度增长28.61%，高于2007年同期7.47个百分点，毛利率18.25%，扣除非经常性损益后的净利润实现增长137.96%。2008年1-8月全国累计社会消费品零售总额68439亿元，同比增长21.9%。

2008年，“扩张”成为众多零售商的关键词。2008年，家乐福、沃尔玛、农工商、易初莲花等连锁超市纷纷以增开门店的方式，加速在全国各大中小城市的跑马圈地。不过，随着一线城市的空间基本饱和，大部分新店开到二三线城市。与此同时，2008年也是外资零售在华进入二度扩张期。目前进入中国大陆的欧美日韩及港澳台知名零售商集团已近300家，在各大中城市开设经营点1400多个，甚至开始进入20万人口级别的小城市。2008年，吉之岛、乐天超市、沃尔玛、家乐福、乐购等国际连锁零售企业纷纷宣布，未来3年将加紧扩大在国内的开店规模。如果说中国零售业全面开放后的前3年是外资巨头的“圈地期”的话，那么后3年就是战术的“二度扩张期”，外资零售巨头在中国市场的细化布局将正式拉开序幕。

从长远来看，预计2008年及未来几年超市连锁行业仍会保持繁荣态势。尽管新劳动法给超市连锁行业增加了一定成本负担，但国家对农村发展的关注、塑料袋有偿使用政策的推行以及商业和工业用电实现同网同价的预期，都将为超市连锁业提供更有利的发展空间。连锁业凭借业态模式和经营方式上的全新优势，取得了对传统零售业的全面优势并实现了高速发展。与此同时当中国的连锁业刚刚开始发展的时候国际连锁各巨头就纷纷进入，国内零售业投资也迅速地向连锁业集中，因此中国连锁业在发展初期就遇到的是国内市场的国际性竞争和聚集性竞争，关注竞争对手更要倍加关注我们的顾客是中国连锁业最值得反思的。那么，在当前连锁超市业发展形势下，我国连锁超市企业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业趋势制定发展战略呢？

本报告主要依据国家统计局、国家商务部、中国商业联合会、全国商业信息中心、中国连锁经营协会、国民经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及连锁超市业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国零售业发展情况、连锁经营、超市业发展状况、超市业市场、超市企业经济类型竞争以及连锁经营热点等进行了多方面深度剖析，并对未来连锁超市业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了连锁超市业今后的发展与投资策略，为连锁超市企业在激烈

的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

[b]第一部分 行业发展环境分析[/b]

[b]第一章 中国连锁超市发展环境分析 [/b]

第一节 中国连锁超市发展宏观环境

- 一、宏观经济对商业零售影响
- 二、2007年宏观经济运行情况分析
- 三、2008年宏观经济运行情况分析
- 四、2007-2008年消费者信心指数
- 五、2008年连锁超市业在通货膨胀中稳定增长
- 六、中国下一阶段的经济增长与宏观调控
- 七、奥运会对中国经济未来的影响及预测

第二节 世界部分国家连锁超市发展情况

- 一、日本大型综合超市发展分析
- 二、南非连锁超市发展分析
- 三、法国超市网购业务分析
- 四、越南连锁超市发展分析

第三节 连锁超市发展相关政策分析

- 一、零售行业政策环境分析
- 二、商业特许经营管理条例
- 三、连锁超市门店管理规范
- 四、2008年多项政策利好助推超市连锁持续繁荣
- 五、2008年商务部：外资超市审批权下放到省

[b]第二章 中国零售业发展情况分析 [/b]

第一节 中国零售业发展概况

- 一、零售业态分类和基本特点
- 二、中国零售业发展趋势及策略
- 一、2008年中国零售业形势和政策
- 二、零售业的消费趋势分析
- 三、零售业的公司品牌化趋势
- 四、零售业多元化发展策略

五、中国零售业存在的问题及国际借鉴

六、中国零售业供应链管理的现状及对策

[b]第三章 中国连锁经营业发展情况分析 [/b]

第一节 中国连锁经营发展概况

一、连锁经营的定义

二、连锁经营的发展

三、连锁经营的优势

四、连锁经营的认识

五、连锁经营的经营形态

第二节 2007年“中国连锁百强”分析

一、行业保持快速发展的势头

二、行业集中度进一步提高

三、海外品牌发展迅速

四、行业并购与整合力度加大

五、注重综合能力的提升

第三节 连锁经营在各行业的发展分析

一、汽车后连锁经营市场分析

二、内衣连锁经营分析

三、手机零售商连锁经营分析

四、家纺床品连锁经营分析

第四节 中国连锁经营的策略分析

一、中国连锁经营企业营销分析

二、中间组织视角下特许连锁经营

三、2008年中国连锁业发展趋势

[b]第二部分 行业及市场分析[/b]

[b]第四章 中国连锁超市发展分析 [/b]

第一节 中国连锁超市发展模式

四、市场发展态势展望

[b]第九章 连锁超市优势企业分析 [/b]

第一节 沃尔玛

一、公司简介

二、公司动态

三、公司在中国的政策性壁垒

四、公司市场再定位策略

五、沃尔玛激励经营策略

第二节 家乐福

一、公司简介

二、公司动态

三、公司网上购物状况

四、公司发展战略

第三节 麦德龙

一、公司简介

二、公司经营理念

三、公司超市的基本特点

四、公司仓储式超市的营销策略

第四节 易初莲花

一、易初莲花简介

二、易初莲花动态

三、易初莲花发展策略

第五节 华润万家

一、公司简介

二、发展历程

三、发展规模

四、公司动态

第六节 华联超市

一、公司简介

二、公司的策略调整分析

三、2007年公司经营情况分析

四、2008年公司经营情况分析

五、2008年公司财务数据分析

第七节 苏果超市

一、公司简介

二、公司经营之道

三、解读公司突出成就

四、2007年公司经营情况分析

五、2008年公司发展计划

第八节 步步高商业连锁股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营之道

三、2008年公司经营情况分析

四、2008年公司财务数据分析

[b]第四部分 行业发展趋势及战略[/b]

[b]第十章 连锁超市发展趋势分析 [/b]

第一节 全球化条件下中国超市发展趋势

一、经营理念的发展趋势

二、超市定位的发展趋势

三、经营方式的发展趋势

四、超市价格的竞争趋势

第二节 后WTO时代超市发展趋势分析

一、市场定位差别化

二、经营规模化

三、自有品牌化

四、生鲜食品主导化

五、物流配送快速化

第三节 2008年连锁超市发展趋势分析

一、2008年中国连锁业发展展望

二、大型超市小型化趋势

三、超市的细分和规范趋势

四、连锁超市的并购趋势

五、“扩张”与“转型”趋势

六、生鲜超市的发展趋势

第四节 农村连锁超市发展趋势分析

一、农村超市的发展现状

二、农村连锁超市的特殊性

三、农村连锁经营的限制因素及发展思路

四、农村连锁店的走向

[b]第十一章 连锁超市经营策略分析 [/b]

第一节 国内外大型超市经营模式对比及启示

- 一、国内外大型超市发展现状
- 二、国内外大型超市经营模式对比
- 三、本土大型超市发展的经营启示

第二节 连锁超市的营销策略分析

- 一、连锁超市赢利模式分析
- 二、国内连锁超市发展四策略
- 三、连锁超市管理的策略分析
- 四、建设乡镇连锁超市策略分析
- 五、跨国连锁超市舞弊案分析

第三节 中国连锁超市企业供应链管理对策

- 一、连锁超市企业供应链管理存在问题
- 二、连锁超市企业供应链管理对策

第四节 客户关系管理在零售超市服务中应用研究

- 一、客户关系管理的内涵
- 二、超市实施客户关系管理的必要性
- 三、超市成功实施客户关系管理的策略

第五节 超市成功促销策略

- 一、寻找促销的突破口
- 二、促销策划的框架
- 三、促销策划过程
- 四、促销的评估
- 五、超市:赢取顾客靠的不仅是低价

[b]第十二章 连锁超市竞争策略分析 [/b]

第一节 本土超市应对外来竞争策略分析

- 一、价格领先
- 二、差异化竞争

第二节 提升我国零售企业核心竞争力的策略选择

- 一、中国零售企业所面临的环境
- 二、国际竞争中我国零售企业的优势与劣势
- 三、零售业核心竞争力的分析

四、提升中国零售业核心竞争力的发展策略

第三节 超市合并扩张策略

- 一、成本对比首先受到重视
- 二、配送和跨区域服务能力面临考验
- 三、被抛弃的代理商

第四节 中小连锁超市的优劣势与对策

- 一、中小企业在组织上的特征分析
- 二、中小连锁超市的优劣势分析
- 三、中小超市企业发展中的对策

[b]图表目录[/b]

图表：2003年-2007年国内生产总值及其增长速度

图表：2001年-2007年各产业国内生产总值增长情况

图表：2001年-2007年各产业国内生产总值增长率变动情况

图表：1995-2007年GDP历史数据(较上年同期变动百分比)

图表：1987-2007年历年国内生产总值增长情况

图表：1987-2007年历年国内生产总值增速情况

图表：1987-2007年历年国内生产总值统计表

图表：2003年-2007年工业增加值及其增长速度

图表：2007年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2003年-2007年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2007年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2007年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2007年货物进出口总额及其增长速度

图表：2007年对主要国家和地区货物进出口总额及其增长速度

图表：2003年-2007年货物进出口总额及其增长速度

图表：2007年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2007年一季度全国企业景气指数

图表：2007年二季度全国企业景气指数

图表：2007年三季度全国企业景气指数

图表：2007年四季度全国企业景气指数

图表：1999年8月-2008年8月工业增加值月度同比增长率

图表：1999年8月-2008年8月社会消费品零售总额月度同比增长率

图表：1999年1-8月-2008年1-8月固定资产投资完成额月度累计同比增长率

图表：1999年8月-2008年8月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率

图表：1999年8月-2008年8月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：1999年8月-2008年8月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：1999年8月-2008年8月货币供应量月度同比增长率

图表：2006年-2008年上半年国内生产总值及其增长速度

图表：2006年-2008年上半年国内生产总值及其增长速度

图表：2008年上半年国内三大产业生产总值占比及其增长速度

图表：2005年Q1-2008年Q2固定资产投资总额（累计）与社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2007年6月-2008年6月CPI与GDP涨幅趋势图

图表：2008年1-6月贸易与2007年对比图

图表：2007年与2008年M2、M1、M0同比增长率

图表：2007年中国消费者信心指数的基本走势

图表：2007年1-12月中国消费者信心指数

图表：2008年1-7月消费者信心指数

图表：有店铺零售业态分类和基本特点

图表：无店铺零售业态分类和基本特点

图表1：2000-2007年全国消费品零售总额增长与GDP增长比较

图表：2006年按登记注册类型分限额以上连锁零售企业基本情况（一）

图表：2006年按登记注册类型分限额以上连锁零售企业基本情况（二）

图表：2006年分地区限额以上连锁零售企业基本情况（一）

图表：2006年分地区限额以上连锁零售企业基本情况（二）

图表：2006年分地区限额以上连锁零售企业基本情况（三）

图表：2006年按业态分限额以上连锁零售企业基本情况

图表：2006年按行业分限额以上连锁零售企业基本情况（一）

图表：2006年按行业分限额以上连锁零售企业基本情况（二）

图表：2006年限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业法人企业数

图表：2006年限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业产业活动单位数

图表：2008年1-8月社会消费品零售总额

图表：2002-2008年上半年社会消费品零售总额增速

图表：2008年上半年限额以上批发和零售业商品类别零售额同比增长

图表：2008年8月居民消费价格分类指数

图表：2008年8月各地区居民消费价格指数

图表：2008年8月商品零售价格分类指数

图表：2008年7月消费者信心指数

图表：2008年第二季度城镇单位就业人员劳动报酬情况

图表：2008年第二季度分地区城镇单位就业人员

图表：2008年1-6月分地区城镇单位就业人员劳动报酬

图表：2008年1-2季度各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2008年上半年各地区农村居民家庭平均每人现金支出

图表：零售商品战略的类型

图表：服务业三种关系的营销

图表：2007年中国连锁百强名单

图表：基于交易成本和激励的企业—中间-市场分析框架

图表：企业、中间组织和市场相关性上的差异

图表：2006、2007年30家大型超市平效和人效对比情况表

图表：2006、2007年30家大型超市销售增长和店铺总数增长情况

图表：2007年大型超市内外资门店数、总销售饿、单店销售额比较

图表：2006、2007年40家超市门店的平效和人效对比情况表

图表：2006、2007年11家百货店的平均销售额和营业面积比较

图表：2006、2007年11家百货门店的平效和人效对比情况表

图表：2006、2007年15家店的便利店平均销售额和营业面积比较

图表：2006、2007年15家便利店的平效及人效及单品销售额比较

图表：验证性因子分析结果

图表：综合超市消费者满意度测量模型

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度量表可靠性检验

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市总体满意度

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较

图表：零售商销售额对比分析

图表：食品供应商与零售商的销售额增长率对比分析

图表：零售商门店数量增长对比分析

图表：零售商利润增长对比分析

图表：2007年-2008年6月社会消费品零售额名义与实际增长率当月走势

图表：2006年-2008年6月居民食品支出名义与实际增长率折线图

图表：2007年12月社会消费品零售总额

图表：2008年1月社会消费品零售总额

图表：2008年2月社会消费品零售总额

图表：2008年3月社会消费品零售总额

图表：2008年4月社会消费品零售总额

图表：2008年5月社会消费品零售总额

图表：2008年6月社会消费品零售总额

图表：2008年7月社会消费品零售总额

图表：上海市批发零售贸易业、餐饮业产业活动单位（1978～2006）

图表：上海市批发零售贸易业、餐饮业从业人员（1978～2006）

图表：上海市限额以上批发贸易业产业活动单位和从业人员（2006）

图表：上海市限额以上零售贸易业产业活动单位和从业人员（2006）

图表：上海市社会消费品零售总额（1978～2006）

图表：上海市主要年份批发零售贸易业购、销、存总额

图表：上海市批发零售贸易业商品购、销、存总额（2006）

图表：上海市批发零售贸易业商品销售总额（2003～2006）

图表：上海市批发零售贸易业主要工业品购进量（2003～2006）

图表：上海市批发零售贸易业主要工业品销售量（2003～2006）

图表：上海市批发零售贸易业主要农副产品纯购进量（2003～2006）

图表：上海市限额以上批发贸易业商品购、销、存总额（2006）

图表：上海市限额以上零售贸易业商品购、销、存总额（2006）

图表：上海市限额以上批发零售贸易业主要生产资料销售量（2003～2006）

图表：限额以上批发零售贸易业主要商品分类销售额（2006）

图表：上海市限额以上批发零售贸易业商品分类销售额（2006）

图表：上海市限额以上批发零售贸易业主要财务指标（2004～2006）

图表：上海市主要年份限额以上连锁零售业、住宿和餐饮业经营情况（2005～2006）

图表：上海市商品交易市场成交情况（2006）

图表：上海市主要超市公司基本情况（2006）

图表：在华主要跨国零售企业基本资料

图表：跨国零售企业在华业态战略选择

图表：跨国零售企业在华业态组合

图表：2007年家乐福中国内地门店区域分布

图表：2007年华润万家全国门店分布情况

图表：2001-2007年华润万家发展规模图

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司营业利润表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司利润总额表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司净利润表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司经营活动产生的现金流量表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司投资活动产生的现金流量表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司筹资活动产生的现金流量表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司每股份指标表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司经营能力表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司获利能力表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司发展能力表

图表：2006年12月-2008年6月北京华联综合超市股份有限公司资本结构表

图表：2006年9月-2007年6月北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表

图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司主营构成表

图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司流动资产表

图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司长期投资表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司固定资产表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司无形及其他资产表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司流动负债表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司长期负债表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司股东权益表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司主营业务收入表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司主营业务利润表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司营业利润表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司利润总额表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司净利润表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司每股指标表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司获利能力表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司经营能力表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司资本结构表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司发展能力表
图表：2007-2008年上半年步步高商业连锁股份有限公司现金流量分析表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/A718941M61.html>